

Las eléctricas se enzarzan en una guerra de tarifas para frenar la fuga de clientes

5:49 Estimated

1222 Words

ES Language

ENERGÍA

El desplome de precios en el mercado mayorista, que ha empujado a muchos al PVPC, también da más margen para que las comercializadoras mejoren sus ofertas

Ignacio Fariza

Madrid - 25 may 2024 - 05:15 CEST

El mercado eléctrico español ha pasado por todas las fases posibles en los cuatro últimos años. Durante la pandemia —y antes—, quienes optaban por el mercado regulado o PVPC tenían las de ganar. Poco después, con las crisis energética ya encima, fueron muchos los que se marcharon al libre, en busca de la protección de las tarifas fijas. Hoy, con el precio mayorista por los suelos, el péndulo ha vuelto al punto de partida: con miles de hogares y pymes tomando el camino de vuelta al regulado —históricamente, la opci...

Suscríbete para seguir leyendo

Lee sin límites

Seguir leyendo

Ya soy suscriptor

ón más económica— o firmando por la competencia, las eléctricas se han enzarzado en una guerra de tarifas para evitar una fuga masiva. Buenas noticias para quienes llevan tiempo sin renegociar con su eléctrica: la oportunidad es ahora.

¿Quién no ha recibido en las últimas semanas una llamada del departamento comercial de una energética ofreciendo una supuesta mejora en su contrato? “La competencia está siendo intensa, feroz”, reconocía a principios de mayo el director financiero de Endesa, Marco Palermo, en una conferencia con analistas. “No solo entre los operadores integrados [las grandes eléctricas tradicionales: Iberdrola, Naturgy y la propia Endesa], sino también con las petroleras, que tienen una política especialmente agresiva”. La tasa de abandono —clientes que cambian de compañía— rondó el 21% en todo el sector, según las cifras que ofreció el ejecutivo italiano. Una cifra alta, muy alta, en comparativa histórica, y que la compañía proyecta —aunque quizá con cifras algo menores— en lo que queda de año.

“No es cuestión de una compañía o dos: es que las tasas de cambio de compañía llevan meses en niveles récord. Es inédito”, apunta una voz autorizada del sector. Según los últimos datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), uno de cada siete hogares mutó de compañía de la luz en el último trimestre del año pasado. Una cifra que, a tenor de lo que emana del propio sector —y de las propias ofertas de derribo de muchas empresas— crece sustancialmente en lo que va de 2024.

En la media de los cuatro primeros meses del ejercicio en curso, son alrededor de medio millón de clientes los que han optado por irse a otra comercializadora, según las cifras que manejan las propias eléctricas.

“Es un fenómeno que va claramente a más: en abril ya fueron 650.000. Vamos de récord histórico en récord histórico”, reconocen fuentes del sector. Una nueva tónica que achacan a un factor por encima del resto: “Con el precio mayorista deprimido, las comercializadoras, incluso las más pequeñas, están aprovechando para aprovisionarse a precios bajos y tratar de ganar cuota de mercado con tarifas más bajas”.

La situación actual es radicalmente opuesta a la de hace solo un par de años, cuando muchas de estas compañías a duras penas podían seguir adelante y otras muchas directamente se veían abocadas a echar el cierre, reduciendo la competencia. Tras aquel descalabro, en el sector cifran las comercializadoras activas en alrededor de un centenar. “Ahora mismo, tras la bajada de precios, prácticamente todas tienen margen para competir y evitar que sus clientes se marchen a otros competidores o al PVPC”, apuntan las fuentes consultadas.

Un solo vistazo a las cada vez más intensas campañas publicitarias y a las últimas ofertas de muchas eléctricas es el mejor termómetro de la realidad sectorial. Si hace un año la mayoría de ofertas de precio fijo rondaba los 15 o 20 céntimos kilovatios hora (KWh), hoy superan por poco los 10. En algunos casos, eso sí, con mayores cargos por potencia; un elemento que siempre hay que tener en cuenta a la hora de valorar el interés o no de una propuesta: ahí —como recuerda José Luis Sancha, profesor de Modelado de Sistemas de Energía en ICAI— el regulado no tiene parangón.

A la espera de las cifras finales sobre el flujo de clientes, que el regulador hace públicas con mucho decalaje, hay una cosa clara: “El PVPC ha sido imbatible en estos últimos meses. Tanto, que sigue habiendo muy pocos competitivos en el mercado libre”, apunta Sancha. Su recomendación cuando el cliente recibe una oferta es clara: antes de aceptarla, corroborar en el comparador de la CNMC que es la mejor. Y aporta una regla sencilla de aplicar: todo lo que esté por encima de los 13 céntimos fijos por KWh “no es competitivo” frente al regulado.

“Somos apóstoles de la comparación: siempre es fundamental, pero quizá ahora más que nunca”, apunta Enrique García, de la Organización de Consumidores en Acción (OCU), que recuerda que tres de cada cuatro usuarios ni siquiera conoce la diferencia entre el mercado libre y el PVPC. “Eso convierte a muchos en presa fácil de ofertas engañosas, que son la otra cara de la guerra de tarifas actual. Bienvenida sea toda competencia en precios, pero cuidado con las tarifas que se venden con nombres como ‘largo plazo’ o ‘tranquilidad’, porque suelen acabar saliendo más caras”, remata.

García divide el mercado, *grosso modo*, en dos tipos de consumidores: “El activo, que ahora, en un entorno de precios más bajos, está aprovechando oportunidades; y el pasivo, que no quiere complicarse mucho con cambios y que o está en el PVPC o está pagando más de lo que debe en el mercado, tras las subidas aplicadas por las eléctricas en los dos últimos años”. En este último caso, las opciones de ahorro son particularmente importantes.

En esta pugna por cada cliente, las eléctricas están adoptando prácticas comerciales históricamente asociadas a otros sectores, como el de telefonía o el de gran consumo: contraofertas y programas de puntos. En el primer caso, son muchos —y cada vez más— los usuarios que, tras aceptar una oferta de la competencia, reciben una propuesta mejorada por su propia comercializadora. “Antes eso solo se daba con clientes muy fidelizados; ahora es prácticamente con todos, no solo con los que llevan años en la compañía...”, apuntan fuentes del sector. “Las estrategias comerciales se han afinado mucho; en este entorno de mercado, no queda otra”.

En el segundo caso, tanto Iberdrola como Endesa —las dos mayores eléctricas de España por número de clientes— han lanzado en los últimos meses promociones que reducen la factura en función de los planes que se contraten o del consumo que hagan los usuarios con tarifa fija en las horas en las que la producción renovable es mayor y, por tanto, el coste de producción es menor. Toda iniciativa es poca para tratar de retener clientes.

Sobre la firma

Ignacio Fariza

Es redactor de la sección de Economía de EL PAÍS. Ha trabajado en las delegaciones del diario en Bruselas y Ciudad de México. Estudió Económicas y Periodismo en la Universidad Carlos III, y el Máster de Periodismo de EL PAÍS y la Universidad Autónoma de Madrid.

Tu comentario se publicará con nombre y apellido

Normas

Rellena tu **nombre y apellido** para comentarcompletar datos

Suscríbete en El País para participarYa tengo una suscripción

Más información



Las baterías en hogares y empresas ya rozan los dos gigavatios hora pese al frenazo en 2023

Ignacio Fariza | Madrid



La primavera más renovable arrincona a la nuclear y al gas en el ‘mix’ eléctrico español

Ignacio Fariza / Manuel Planelles | Madrid

Archivado En

- Economía
- Energía
- Energía eléctrica
- Recibo luz

- Facturas
- Contratos
- Compañías eléctricas
- Empresas
- Iberdrola
- Naturgy
- Endesa
- Precios
- Precio energía
- IPC
- OCU